

# „99 Prozent meiner Kunden habe ich noch nie gesehen“

Jan Höhle macht so viel Umsatz wie eine ganze Bankfiliale. Und dafür verlässt er noch nicht einmal das Haus. Der Online-Profi verrät, wie er seine Kunden virtuell an die Hand nimmt, um die nötige Vertrauensbasis zu schaffen.

---



**proVision:** Herr Höhle, herzlichen Glückwunsch zum Titel „Makler der Ausgabe“. Haben Sie eine Idee, was Ihnen diesen Titel bescherte?

**Jan Höhle:** Meine Arbeitsweise im Bereich des Online-Verkaufs?

**proVision:** Stimmt. Was machen Sie dabei anders als andere?

**Höhle:** Im Internet kann man seine Seite mit Vergleichsrechnern und Informationen gestalten, mit denen der Kunde dann völlig selbstständig unterwegs ist. Ich habe aber festgestellt, dass Kunden oft-

mals noch einen letzten Impuls brauchen, um wirklich abzuschließen. Besonders bei komplexen Produkten. Hier berate ich dann online.

**proVision:** Sie sitzen also im Homeoffice und beraten mit Telefon, Computer und Internet?

**Höhle:** Genau. In den vergangenen sechs Jahren habe ich Methoden entwickelt, wie ich es schaffe, eine persönliche und vertrauensvolle Bindung aufzubauen. Gerade zu Kunden, die ich noch nicht persönlich getroffen habe.

**proVision:** Und wie geht das?

**Höhle:** Wichtig ist, dass sich die Kunden schon im Vorfeld der Beratung ein detailliertes Bild von mir machen können. Das geht über die Sozialen Netzwerke und über meine Website. Hier kann der Kunde unter anderem Hunderte Kundenmeinungen lesen und sich vor dem Termin einen Imagefilm ansehen, in dem ich mich und meine Arbeitsweise vorstelle. Das schafft Vertrauen und ich stimme den Kunden auf die spätere Online-Beratung ein. Manchmal habe ich das Gefühl, die Leute haben sich vorab schon so über mich informiert, dass sie mich im ersten Gespräch direkt duzen möchten.

**proVision:** Wie sieht das für Ihre Kunden in der Praxis aus?

**Höhle:** Die loggen sich über meine Internetseite auf meinen Bildschirm ein und wir telefonieren parallel.

**proVision:** Klingt jetzt noch nicht sehr persönlich ...

**Höhle:** Wenn jemand zu mir ins Büro kommt, tritt er über die Türschwelle, gibt mir die Hand, sieht mich und hat sofort einen ersten Eindruck von mir als Person und von meinem Büro. Und der Kunde kann so gleich Vertrauen zu mir aufbauen. Das kann man auch im Internet schaffen.

**proVision:** Wie konkret?

**Höhle:** In der Online-Beratung führe ich meinen Kunden virtuell in mein Büro. Er kann so während der gesamten Beratung auf meine Präsentation und meinen Bildschirm sehen und hat das Gefühl, so persönlich und individuell beraten zu werden, als ob wir real zusammensäßen.

**proVision:** Sie beraten seit sechs Jahren online und sind auf Baufinanzierung spezialisiert. Lässt sich Ihr Erfolg beziffern?

**Hönle:** In manchen Jahren habe ich es geschafft, bis zu 20 Millionen Euro Darlehenssumme im Bau-Geschäft zu vermitteln. Das schafft manche Sparkasse mit ihrer gesamten Filiale.

**proVision:** Chapeau! Und wo liegt die Abschlussquote?

**Hönle:** Die Abschlussquote ist online natürlich etwas schlechter als im persönlichen Gespräch. Schließlich kann ich nicht sitzen bleiben, bis der Kunde unterschrieben hat. Dafür ist die Schlagzahl höher. Es gab Tage, an denen habe ich zehn Beratungen gemacht. Bei einer Quote von 30 Prozent hatte ich so an drei Tagen rund zehn Abschlüsse. Damit lässt



## „Wir reden nicht lange, wir tun es einfach!“

sich der Umsatz leicht kalkulieren. Selbst wenn anfangs die Abschlussquote nur bei 10 Prozent läge, rechnet sich die Online-Beratung. Schließlich hat man weniger Leerlauf, keine Fahrzeiten und kann dadurch mehr Kunden beraten.

**proVision:** Wie kann die Quote erhöht werden?

**Hönle:** Erfahrung und Routine machen einiges aus. Natürlich braucht man auch das richtige Handwerkszeug. Mit der richtigen Verkaufspräsentation oder unterstützenden Videos schafft man es, dem Kunden ein erlebnisorientiertes Beratungsgespräch zu bieten und ihn zu

begeistern. Zudem sollte sich der Berater eine angenehme Atmosphäre schaffen. Ich sitze meist in meinem Ohrensessel, trage ein Headset, habe meinen PC vor mir und bin sehr entspannt. Das hilft beim Abschluss ungemein.

**proVision:** Sie sind seit Jahresbeginn blau-direkt-Partner. Welchen Mehrwert kann Ihnen dieser Anschluss noch bieten?

**Hönle:** Ganz klar, die Internetunterstützung von blau direkt durch die Vielzahl der Vergleichsrechner und deren Verbindung mit dem Verwaltungsprogramm. Dadurch entstehen Synergieeffekte, die die Online-Beratung weiter optimieren.

Die Kunden haben die Möglichkeit, auf meiner Seite Tarife zu vergleichen oder bei Fragen direkt einen Online-Termin zu buchen. Dann begleite ich sie bis zum Abschluss. Das ist alles sehr effizient.

**proVision:** Sie haben in der Vergangenheit so viel Erfahrung gesammelt, dass Sie jetzt Kollegen coachen. Was bringen Sie denen bei?

**Hönle:** Mein Intensivseminar geht über drei Mo-

nate mit jeweils sechs Leuten. In dieser Zeit bilden wir in einer Kombination aus Präsenz- und Online-Coachings die Basis, damit die Teilnehmer anschließend Profis im Bereich des Online-Verkaufs von Finanzprodukten werden. In diesen drei Monaten richtet jeder mit meiner Unterstützung sein komplettes Online-Büro mit Online-Beratung, Marketingmühle, Internetmarketing, YouTube-Kanal, Blog, Podcast, Netzwerkmarketing, Social Media und vielem mehr ein. Wir reden nicht lange, wir tun es einfach!

**proVision:** Können die Teilnehmer danach auch Panflöte spielen? (Anm. d. Red.: Jan Hönle gab auf der Network Convention in Dublin ein Ständchen auf seiner Panflöte.)

**Hönle:** (lacht) Nein, das lehre ich nicht. Das ist mein ganz privates Hobby.

**proVision:** Sie sind natürlich auch Netzwerker. Wie binden Sie Facebook & Co. in Ihren Beratungsalltag ein?

**Hönle:** Wenn jemand auf meiner Seite einen Termin bucht, schaue ich, in welchen Sozialen Netzwerken er ist, und sende eine Freundschaftsanfrage. Die Wahrscheinlichkeit, dass er diese annimmt, ist relativ hoch. So wird man schon vor der Beratung zu „Freunden“. Zusammen mit meiner Website baue ich ein Vertrauensverhältnis zum Kunden auf. Der Kunde öffnet sich so leichter, spricht freier über Vermögensverhältnisse, was mir letztlich den Abschluss vereinfacht.

**proVision:** Kennen Sie Ihre Kunden eigentlich persönlich?

**Hönle:** Persönlich schon, aber ich habe sie zu 99 Prozent noch nie gesehen. Viele glauben, das ginge nicht. Doch jeder sollte es einfach einmal ausprobieren.

